

УДК 316.77+930



© *Антон Игнатович*

доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин Могилевского института МВД (Беларусь),

кандидат исторических наук, доцент

© *Anton Ignatovich*

Associate Professor of the Social and Humanitarian Disciplines dept. of the Mogilev Institute of the Ministry of Internal Affairs (Belarus), PhD in History, Associate Professor

СТИКЕРЫ ДЛЯ TELEGRAM КАК ОТРАЖЕНИЕ ВИЗУАЛЬНЫХ ОБРАЗОВ ИСТОРИИ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

В статье рассматриваются особенности визуальных образов истории в стикерпаках для Telegram. Анализ стикерпаков «Great Minds Classic» и «Evil Minds» показал, что образы истории персонализированы. Присутствие исторической личности в данных стикерпаках обусловлено целями заказчика и подходами автора к реализации этой цели. Акцент сделан на исторических персонах Новейшего времени, которые более узнаваемы внешне. Связь стикеров с эмодзи, отражающими определенные эмоции, сдвигает фокус восприятия исторических личностей с их деятельности на то, как они выглядят. Важны прежде всего узнаваемые жесты или позы, мимика, деталь одежды или внешнего образа. Так историческая персона проходит трансформацию в стикер посредством шаржа, превращаясь в итоге в мем.

Глобальные социальные изменения меняют контекст культуры, усиливают роль визуальных образов во всех сферах общественной и частной жизни. Социальные медиа меняют формат общения. Мессенджеры, позволяющие обмениваться сообщениями, не ограничиваются текстом. Визуальная составляющая становится важной составляющей общения. Одним из самых значимых примеров в последние годы является Telegram — кросс-платформенная система мгновенного обмена сообщениями с функциями обмена текстовыми, голосовыми и видеосообщениями, стикерами и фотографиями, файлами многих форматов. Важно, что это инструмент, которым можно формировать в том числе визуальные образы истории. Остановимся на стикерах в качестве нестандартной составляющей визуализации исторических образов в контексте современного общения. Цель работы — выявить особенности стикеров

для Telegram как отражение визуальных образов истории в социальных медиа.

Стикер — визуальный образ с персонажем, которым можно выражать свои эмоции. Как правило, стикерпак рисуется с одним персонажем, который изображает эмоции. Для создания стикеров, связанных с историей, используются прежде всего визуальные образы исторических личностей. Думается, такой выбор связан с эффектом узнаваемости исторического героя, который трансформируется в образ стикера. В качестве примера проведем анализ нескольких стикерпаков, которые используют образ не одного, а многочисленных исторических персон. Такой вариант позволяет провести минимальный анализ критериев отбора и представления исторических личностей в стикерпаках.

Один из первых ставших популярными официальных стикерпаков с историческими личностями — это Great Minds Classic («Великие умы. Классика»), содержащий 49 исторических личностей в графическом черно-белом исполнении (Гай Юлий Цезарь представлен два раза — с поднятым вверх и опущенным вниз большим пальцем) [1]:

1. Данте Алигьери.
2. Луи Армстронг.
3. Наполеон Бонапарт.
4. Рихард Вагнер.
5. Джордж Вашингтон.
6. Вирджиния Вулф.
7. Махатма Ганди.
8. Жанна д'Арк.
9. Сальвадор Дали.
10. Стив Джобс.
11. Уолт Дисней.
12. Артур Конан Дойл.
13. Фредерик Дуглас.
14. Леопольд фон Захер-Мазох.
15. Малкольм Икс.
16. Джордж Карлин.
17. Франц Кафка.
18. Курт Кобейн.
19. Говард Филлипс Лавкрафт.
20. Джон Леннон.
21. Брюс Ли.
22. Авраам Линкольн.
23. Боб Марли.

24. Фредди Меркьюри.
25. Мэрилин Монро.
26. Эдвард Мунк.
27. Исаак Ньютон.
28. Джордж Оруэлл.
29. Эдгар Аллан По.
30. Элвис Пресли.
31. Вильгельм Конрад Рентген.
32. Марк Твен.
33. Никола Тесла.
34. Джон Рональд Руэл Толкин.
35. Принцесса Диана Уэльская.
36. Клеопатра Филопатор.
37. Бенджамин Франклин.
38. Зигмунд Фрейд.
39. Джимми Хендрикс.
40. Одри Хепбёрн.
41. Джей Хокинс.
42. Уитни Хьюстон.
43. Гай Юлий Цезарь.
44. Чарли Чаплин.
45. Эрнесто Че Гевара.
46. Коко Шанель.
47. Уильям Шекспир.
48. Эрвин Шрёдингер.
49. Альберт Эйнштейн.

Статистика подсчетов по разным критериям представлена ниже. Мужские исторические образы — 41 (16 %); женские — 8 (16 %). Появление некоторых женских образов представляется отражением тенденции феминизма и нежеланием быть обвиненным в дискриминации женщин. Пожалуй, появление семи чернокожих деятелей (14 %) в стикерпаке связано в том числе с этой тенденцией (тем более что там присутствуют борцы за права чернокожих — Ф. Дуглас и М. Икс).

Личностей, относящихся к истории Древнего мира — 2 (4 %), Средних веков — 2 (4 %), Нового времени — 16 (33 %), Новейшего времени — 29 (59 %). Естественно, что результат деятельности ряда исторических персон сложно вписывается в условные границы исторической периодизации, где, например, переход к Новейшему времени связан с окончанием Первой мировой войны. В спорных случаях определяющим маркером является пик деятельности: это относится к А. Эйнштейну, Н. Тесле,

3. Фрейду и т. д. Результаты подсчетов отражают, думается, принцип отбора, связанный с узнаваемостью образа: естественно, что личности Новейшего времени более узнаваемы именно внешне, особенно это относится к деятелям массовой культуры.

Стикерпак называется «Великие умы» (*mind* — ум, разум), но если появление образов ученых (18 персон — 37 %), писателей и поэтов понятно в этом контексте, то иные представители культурной сферы — музыканты и певцы, художники, актеры и т. д. — могут вызывать вопросы. Важно, что присутствуют политические деятели (11 персон — 22 %), которые проявили свое стратегическое мышление (Б. Франклин вошел в две категории — «ученые» и «политики»). Есть в стикерпаке и предприниматели С. Джобс и У. Дисней (4 %). Поэтому, возможно, стоит говорить о явлении гениальности и общественном признании, влиянии на общество в широком смысле этого явления. Яркими примерами такого понимания являются также личности модельера К. Шанель, комика Дж. Карлина. Интересно, что развитие музыки Новейшего времени представлено джазом, рок-н-роллом, ритм-энд-блюзом, регги, но в стороне остались иконы поп-музыки, не менее, а может и более узнаваемые внешне. Возможно, это связано с личными музыкальными вкусами автора или предпочтениями целевой аудитории.

Предположим, что данный официальный стикерпак был сделан для продвижения Telegram среди западной аудитории, так как среди «великих умов» отсутствуют представители русской науки и культуры. (Интересно, что, несмотря на то, что основатель мессенджера русский, персонажи русской культуры представлены только в «злой» категории). Представителей восточной цивилизации всего двое — М. Ганди и Б. Ли (4 %) (Клеопатра все-таки является лицом эллинистического мира), что подтверждает предположение.

Однако автором, думается, представлен достаточно субъективный образ западной науки и культуры в его представлении — эрудированного, с широким кругозором художника: в русскоязычных интернет-сообществах нередко можно встретить вопросы, кем являются эти исторические персонажи. Узнаваемость некоторых персон для западной аудитории также стоит под вопросом.

Тем не менее персонажи оказались достаточно популярными: видимо, известность исторической личности не является залогом популярности. Так, многие думают, что на стикере с Джорджем Оруэллом, автором антиутопии «1984» и повести «Скотный двор», изображен Гитлер: очевидно, что в данном случае внешняя акцентная деталь

(небольшие усы) является важным маркером для идентификации исторической личности — более важным, чем деятельность исторической личности.

В этой связи анализируем стикерпак «Evil Minds» (логично перевести именно как «Злые гении»), содержащий 30 стикеров в аналогичной авторской манере [2]:

1. Иуда Искарот.
2. Влад III Цепеш (Дракула).
3. Томас де Торквемада.
4. Григорий Распутин.
5. Александр VI Борджиа.
6. Бенито Муссолини.
7. Адольф Гитлер.
8. Иди Амин.
9. Йозеф Геббельс.
10. Иосиф Сталин.
11. Генрих Гиммлер.
12. Саддам Хусейн.
13. Усама бен Ладен.
14. Калигула.
15. Иван Грозный.
16. Антон Лавей.
17. Джим Джонс.
18. Елизавета Батори.
19. Аль Капоне.
20. Джон Уилкс Бут.
21. Алистер Кроули.
22. Ирод I Великий.
23. Пол Пот.
24. Альберт Фиш.
25. Пабло Эскобар.
26. Мао Цзэдун.
27. Альбер де Гонди.
28. Владимир Ленин.
29. Виктор Люстиг.
30. Нерон.

Статистика подсчетов по разным критериям представлена ниже. Женский исторический образ только один (3 %). Такая диспропорция, думается, также является отражением тенденции феминизма и связана с нежеланием быть обвиненным в дискриминации женщин. Этот вывод

подтверждается и единственным чернокожим «злым гением» Иди Амином (3 %) в списке. Если доля таких категорий несколько искусственно завышается в первом стикерпаке, то так же искусственно, думается, во втором случае занижается.

Личностей в данном стикерпаке, относящихся к истории Древнего мира, — 4 (13 %), Средних веков — 3 (10 %), Нового времени — 6 (20 %), Новейшего времени — 17 (57 %). Результаты подсчетов, так же как и в первом случае, связаны с узнаваемостью образов Новейшего времени, с медийностью.

Политические деятели (18 персон — 60 %) в данном стикерпаке явно доминируют. Руководители нацистской Германии А. Гитлер, Й. Геббельс, Г. Гиммлер, представленные в этом списке, так и не предстали перед судом, так как они совершили самоубийство незадолго до конца войны, но их преступная деятельность не вызывает вопросов. Между тем деятельность В. Ленина и И. Сталина, которая пусть и неоднозначно оценивается некоторыми историками, объективно может быть определена как прогрессивная, связанная с созданием нового советского государства, способного противостоять идеологии нацизма, победившего во Второй мировой войне. Странно видеть такое соседство, а в Российской Федерации введена ответственность за нарушение утвержденного ранее запрета на публичное отождествление роли СССР и нацистской Германии во Второй мировой войне [3]. В целом активное распространение образов руководителей нацистской Германии вызывает вопросы как минимум морального толка.

Думается, как и в первом случае, определяющую роль во включении исторической персоны в стикерпак играет нацеленность на западную аудиторию. Географическая локализация персонажей подтверждает такой вывод: представители западной цивилизации — 21 (70 %), восточной — 5 (17 %), России — 4 (13 %). С другой стороны, наличие в таком «злодейском» стикерпаке представителей России и стран Востока говорит о стереотипах, связанных с представлениями о дихотомии западной демократии и восточной диктатуре.

Привязка стикеров к эмодзи, отражающим определенные эмоции [4], несколько сдвигает фокус восприятия исторических личностей. Например, стикер с А. Гитлером связан с сердитым, злым и расстроенным смайликом «надутое лицо» в качестве реакции на что-то неблагоприятное или как признак отказа; при этом стикер с Й. Геббельсом привязан к смайлику «кривляющееся лицо», выражающее нервозность, беспомощность или застенчивость. Стикер же с В. Лениным, например, привязан к смайлику «вялое лицо» со значением «Оставь меня в покое!»,

отражающим язвительное настроение, истощение умственное или физическое: по всей видимости, это отсылка к нахождению тела Ленина в мавзолее. В целом определяющим фактором является ироничное отношение к исторической личности.

Художественное выражение эмоции в случае с историческими личностями данных стикерпаков опосредовано:

1) деятельностью героя в целом или его конкретными действиями, обозначенными посредством конкретного предмета-символа (например, Т. Торквемада как основатель инквизиции с крестом, А. Лавей как лидер сатанизма с пентаграммой, Александр VI Борджиа с кубком с ядом, убийца американского Президента А. Линкольна Д. У. Бут с пистолетом, Иван Грозный, затачивающий кол как орудие казни);

2) крылатыми фразами или художественными образами, связанными с историческими личностями (например, «Время — деньги» у Б. Франклина; «Большой брат наблюдает за тобой» у Дж. Оруэлла; Э. Мунк, который стал олицетворением своего «Крика»; яблоко у И. Ньютона как символ его открытия; Ф. Кафка с руками, как лапки жука);

3) узнаваемым жестом или позой (например, А. Гитлер, У. бен Ладен, З. Фрейд, М. Монро, Ф. Меркьюри, Н. Бонапарт), мимикой (например, Б. Муссолини, Г. Распутин, Ч. Чаплин), деталью одежды или внешнего образа (например, береты Э. Че Гевары и С. Хуссейна, прически Б. Марли, О. Хепбёрн, Э. Пресли или А. Эйнштейна, усы С. Дали, очки Дж. Леннона, трубка И. Сталина, особенности одежды и очки М. Ганди);

4) существующими узнаваемыми мемами, которые могут ассоциироваться с исторической личностью (например, стикеры с П. Эскобаром, Ж. д'Арк).

Можно предположить, что данные исторические личности, трансформированные в стикеры, являются, по сути, мемами — единицами значимой для культуры информации [5, с. 54]. Мемом может быть любая идея, символ, манера, ситуация или образ действия, осознанно или неосознанно передаваемые от человека к человеку посредством речи, письма, видео, ритуалов, жестов и т. д. — в данном случае Telegram является эффективным инструментом обмена текстовыми и визуальными сообщениями, в том числе стикерами. Мемы часто образуют группы, объединяющие несколько мемов для совместного овладения умами носителей и для усиления в борьбе за них (их называют «мемокомплексом»). Данные стикерпаки по своей сути и являются такими мемокомплексами.

Однако в этой связи нельзя обойти стороной вопрос целеполагания при создании стикеров. Выбор исторических личностей может носить

случайный, хаотичный характер (об этом можно судить по обсуждениям на соответствующих платформах [6]). С другой стороны, стикерпаки активно используются в маркетинге и агитации. В случае с мемами отмечают, что следует учитывать возможность их искусственного, целенаправленного создания с целью влиять на те или иные оценки современных событий [5, с. 54]. Использование исторических личностей в этой связи может быть эффективным при формировании определенных взглядов, поведения и т. д. При этом, думается, цели могут носить не только позитивный характер. Примеры в данных стикерпаках могут косвенно подтвердить такую возможность.

Таким образом, на данном этапе исследования было важно выявить общие черты визуальных образов истории в стикерпаках для Telegram. Нахождение той или иной исторической личности в рассматриваемых в статье стикерпаках обусловлено в первую очередь целями заказчиков, во вторую — подходами автора к реализации этой цели. Анализ стикерпаков «Great Minds Classic» и «Evil Minds» показал следующее: 1) данные официальные стикерпаки были сделаны для продвижения Telegram среди западной аудитории: на это указывают внимание к западным историческим персонам либо стереотипам восприятия исторических личностей Востока и России, подчеркнутая политкорректность в отношении женщин и чернокожих; 2) набор исторических личностей может быть достаточно субъективным, опосредованным личными вкусами и представлениями автора стикерпака; 3) акцент сделан на исторических персон Новейшего времени, которые более узнаваемы внешне; 4) привязка стикеров к эмодзи, отражающим определенные эмоции, несколько сдвигает фокус восприятия исторических личностей с их деятельности на то, как они выглядят; 5) представление героев определяется иронией.

Важно отметить, что историческая персона проходит трансформацию в стикер. Историческая личность представляется в виде шаржа, при этом внимание акцентируется на внешних деталях образа. Это превращает стикер по своей сути в мем. Требуется не просто исторический персонаж, а узнаваемая личность, которая прочно ассоциируется с определенной эмоцией. Здесь возможна взаимосвязь: 1) с деятельностью персонажа, его яркими поступками, событиями, связанными с персоной, обозначенными предметом-символом; 2) с крылатыми фразами или художественными образами, связанными с историческими личностями; 3) с узнаваемым жестом или позой, мимикой, деталью одежды или внешнего образа; 4) с мемами, которые могут также ассоциироваться с исторической личностью у пользователя. Благодаря описанным особенностям, использование исторических личностей в создании стикерпаков

может быть эффективным при формировании у пользователей определенных взглядов, поведения и т. д.

Список основных источников

1. Great Minds Classic [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://telegram.me/addstickers/GreatMindsClassic>. — Дата доступа: 31.03.2023.
2. Evil Minds [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://telegram.me/addstickers/EvilMinds>. — Дата доступа: 31.03.2023.
3. Вводителю наказание за отождествление действий СССР и нацистской Германии [Электронный ресурс] // Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации. — Режим доступа: <http://duma.gov.ru/news/53971/>. — Дата доступа: 31.03.2023.
4. Эмоджи смайликов и людей с обозначением [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.emojiworld.ru/spisok-smileys-ljudi-whatsapp>. — Дата доступа: 31.03.2023.
5. Олешкова, А. М. Интернет-мем как предмет социологического исследования: возможности применения метода событийного анализа (event-analysis) / А. М. Олешкова // Общество: социология, психология, педагогика. — 2020. — № 10 (78). — С. 54–57.
6. Персонажи официальных стикеров Телеграма [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://habr.com/ru/post/386407/>. — Дата доступа: 31.03.2023.

STICKERS FOR TELEGRAM AS A REFLECTION OF VISUAL IMAGES OF HISTORY IN SOCIAL MEDIA

The article discusses the features of the visual images of the story in sticker packs for Telegram. Analysis of the sticker packs «Great Minds Classic» and «Evil Minds» showed that the images of the story are personalized. The presence of a historical personality in these sticker packs is due to the goals of the customer and the author's approaches to achieving this goal. The emphasis is on historical figures of modern times, who are more recognizable outwardly. Associating stickers with emoji that reflect certain emotions shifts the focus of perception of historical figures from their activities to how they look. First of all, recognizable gestures or postures, facial expressions, details of clothing or external image are important. So a historical person goes through a transformation into a sticker through a cartoon, eventually turning into a meme.